

# A hazai ruhaipar nem szűnt meg – csak nem látszik jól

Barna Judit

**Jövőre frappáns és találó nevet kereshetünk annak a sikeres ruházati termékbemutatónak, amelynek első rendezvénye, kiállítása szeptember 9-én volt a Trend2 Divat-Nagykereskedelmi Üzletházban, Budaörsön. A rendezők nem sejtették előre, hogy a „Magyar ruházati terméket a hazai kereskedőknek” néven meghirdetett bemutató a gyártók és a tervezők körében ilyen népszerű lesz. A jelentkezett cégek éppen hogy befértek kollekcióikkal az impozáns épület négyszáznyolcvan négyzetméteres klubjába.**

## Újra igény van a megmutatkozásra

A közel 50 ezer főt foglalkoztató magyar textil- és ruházati iparban 4000 mikro-, kis- és középvállalat gyárt kiváló minőségű ruházati terméket. E termékek nagy része exportpiacokra kerül és alig 30 százalék az, amit a magyar kereskedelem értékesít.

A forgalom a lakossági fogyasztás visszaesése miatt 2008 óta jelentősen csökken. Ennek számtalan oka ismeretes. Az ipar szempontjából a legfontosabb változás, hogy a magyar kereskedelemben egyre nagyobb szerephez jutottak a külföldi kiskereskedelmi láncok, amelyek globális beszerzési stratégiája és erőfölényes kereskedelmi gyakorlata nagyon kevés lehetőséget ad a magyar gyártóknak a piacra jutáshoz. Az import a fő beszerzési forrás a kisebb hazai ruházati kereskedőknél is.

Azt mondják, megszűnt a hazai textil- és ruházati ipar. Jelentjük: *a hazai ruhaipar nem szűnt meg! Csak nem látszik jól.*

A valaha volt Budapesti Divatnapok utolsó eseménye még a múlt században együtt adott színteret a divatszakra gyártóinak, az akkori márkaképviselőknél, nagykereskedőknél, importőröknek. Azóta számtalanszor felmerül szakmai beszélgetésekben, hogy a magyar textil- és ruházati iparban működő gyártó cégek nem találják meg a hazai ruházati kereskedőket, mert sehol nincs egy komplett adatbázis róluk. A ke-



reskedők úgy fogalmaztak – mert úgy gondolták –, hogy nincs is magyar gyártó.

A Textilipari Műszaki és Tudományos Egyesület (TMTE), mint szakmai szervezet, a hazai gyártó vállalkozások és iparművész stúdiók tevékenységének fenntartása érdekében felvállalta a gyártók és kereskedők összefogását, kezdeményezte a két oldal találkozását és szervezett egy fórumot. Mindkét fél egyértelműen kifejezte, hogy sürgető szükség van egy termékbemutatóra, divatszakvásárra.

A TMTE lépett és a szeptemberi kiállítás megszervezésével lehetőséget adott a magyar gyártó cégeknek, hogy a divatszakmában évek óta hiányzó szakmai találkozón üzleti kapcsolatot építsenek a hazai nagy- és kiskereskedőkkel, áruházi beszerzőkkel, a formaruha felhasználók képviselőivel. A gyártók és kereskedők egymásra találásának segítésére a legjobb időben került erre sor, mert csak közös összefogással, együtt lábalhatunk ki a gazdasági válságból.

## Elindult valami jó

A csodás kora őszi csütörtöki napon reggel 7 órától már beálltak az autók a kényelmes parkolóba és 9 órára készen álltak a cégek bemutató egységstandjai. Egyforma területeken, egymás melletti asztalok és székek mellett minden cég elhelyezte az állványokon a termékeit, reklámtábláit, dekorációit. Rövid megnyitót követően elkezdtek szállingózni a kereskedők, majd egyre többen jöttek, regisztráltak és elindultak körbenézni.

A helyiséget lassan betöltötte egy igazi szakmai kiállítás üzleti légköre.

A 36 cég és iparművész kisvállalkozás a legkülönbébb kollekciókkal mutatkozott be. Ezek felölelték a férfi és női felsőruházatot, a csecsemő- és gyermekruházatot, a női, férfi- és gyermek-fehérművet, a kötöttárúkat minden fajtáját, a sport- és szabadidőruházatot, a formaruházatot, a munkaruházatot, a zoknikat és harisnyákat, a háztartási textiliákat, az ágyneműket és asztalneműket, a bórdíszműárúkat, valamint az egyedi, kis szériás tervezői kollekciókat. A sokszínű termékösszetétel a kereskedőknek igazi





keresztmetszetet, ízelítőt adott a hazai ruházati gyártók 2010/11 őszi/téli és a 2011 tavasz/nyári újdonságai-ból, amelyek megtekintésével és az üzleti tárgyalások elindításával kialakulhat egy jó folytatás.

### Kérdeztük a résztvevő cégeket

A résztvevő cégek vezetőinek véleménye szerint sikeresen zárult a magyar termékbemutató nap. Kiemelten értékelték a jó kezdeményezést és a rendkívül kellemes körülményeket biztosító, impozáns Trend2 Üzletházat. Szükséges azonban a kereskedők érdeklődésének felkeltése a nagy reklámmal, hogy ne csak bel-földről, hanem a környező országokból is látogassanak el a bemutatóra. Többen Oroszország jelentőségét emelték ki. Színvonalas divatbemutatót, a vásárnapot a csütörtök helyett, és a következő termékbemutató márciusi időpontját javasolták néhányan.

A Presto Lady Kft. tulajdonosa, *Czékmánné Kelecsényi Ágnes* tapasztalata az, hogy a nagykereskedők csak teljes szortimentet adnak a kiskereskedőknek, ezért a gyártótól is így kéri a kollekciókat. A kurrens méretek eladása után a széria szélső méreteit leárazva tudják csak eladni a szezonban. Ez hátrányosan érinti a kiskereskedőket, ezért az indulóárba már eleve beépíti a várható veszteséget. Modellként rugalmasabb szortiment optimalizálás lenne szükséges.

### A média is érdeklődött

Nagy sikere a kiállításnak, hogy nemcsak nagy hazai napilapok és gazdasági hetilapok fogadták el a meghívásunkat, hanem szerb szaklaptól is érdeklődtek az iparágunk iránt.

A termékbemutató médianyilvánossága és a megjelent írások ösztönzik a magyar fogyasztókat a minőségi hazai ruházati termékeket vásárlására. A női hetilap stylistjai érdeklődéssel fedeztek fel olyan magyar termékeket, amelyek népszerűsítésével az olvasók vásárlásait befolyásolhatják.

### Csak optimistán szabad

Bizunk abban, hogy a jövő tavaszra tervezett következő ruházati termékbemutatón – nevezhetjük divatszakkiallításnak – több hazai gyártó cég vesz majd részt és a kereskedő cégek is nagyobb számban érdeklődnek az esemény iránt. Ha mind a két oldal érdekelt a megjelenésben, amellyel az évek óta hiányzó hazai szakkiallítást kívánjuk a mai piaci körülményekhez és a vállalkozások igényeihez igazítva újjáéleszteni, akkor ismét

pozícióba kerülhet a magyar ruházati ipar. Az előremenekülés az egyedüli kitörési út, amely csak a tervezők, gyártók, kereskedők összefogásával, együttműködésével lehetséges. Hisszük, hogy ha a magyar vásárló gondosan elkészített magyar terméket, magyar márkát vásárol és visel, akkor jó érzés tölti el a tudat, hogy a varrónők munkahelye megmarad, a gyártó vállalkozás talpon marad és a kereskedők is gyarapodnak a forgalmazásból.

### És köszönet....

... a Trend2 tulajdonosának, *Lajtai Zsuzsának*, hogy szakmaszeretettel az ügy mellé állt és rendelkezésre bocsátotta az üzletházat, valamint az Országos Kereskedelmi Szövetségnek, a BKIK, a VOSZ Textil- és Ruházatiipari, valamint Kereskedelmi Szekcióinak az együttműködésért.

2011 márciusában találkozunk egy újabb termékbemutatón. Találjunk ki neki egy jó nevet!

\* \* \*

## Ruházati kereskedők fóruma

A kiállítási napon az Országos Kereskedelmi Szövetség szakemberek közreműködésével egy külön rendezvényt is szervezett a ruházati kereskedőknek a 2010-2011 piaci trendekről, kilátásokról a Trend2-ben.

*Dr. Várszegi András*, az OKSZ alelnöke és a Korona Zrt. igazgatója szerint tavaly 5,1 százalékkal csökkent a hazai kiskereskedelmi forgalom és 8 százalékkal kevesebb ruházati terméket vásárolt a lakosság. Ez az utóbbi szám az idei első félévben már 10 százalék. 2010-ben viszont nőtt a külföldi diszkont ruházati láncok forgalma. A KiK és a Tacco egyre növekvő üzlethálózata előnyös áraival jelentős részesedést szakított ki az olcsó ruházati termékek amúgy is nagy kínálatú piacából.

Nemcsak a finanszírozási lehetőségeikkel, hanem jelentős logisztikával rendelkező multi láncok ruházati szakboltjai az alaptermékek állandó készleten tartásá-



val, a rendkívül gyors készletpótlással kihívást jelentenek a kisebb hazai kereskedő vállalkozásoknak. A kereskedőknek jó tudni, hogy a fogyasztók az ár/érték arányos termékeket keresik és megfontoltan, mérték-tartóan vásárolnak. Fontos a jó minőség, egyre fontosabb a szakszerű kiszolgálás, a törzsvásárló megkülönböztetése, de mindehhez a gyártók és kereskedők közös érdekeltsgű együttműködése.

*Csapkai Ildikó*, az Emporium Kft. vezetője cége marketingjét tartja egyik elsőrendű feladatának. Figyeli az üzleteiben lévő áru fogyását, nyilvántartja és ellenőrzi a termékek keresletét, pontosan ismeri a törzsvásárlók vásárlási szokásait és a kasszériás, jó minőségű termékek mellett tett le a voksot.

*Rozsnyai Zoltán* ügyvezető a Triumph bolti mutatóinak elemzéséről azt vallja, hogy sokban járultak hozzá a cég új stratégiájának kialakításához. A legfontosabb adottság az üzlet elhelyezkedése után a készlet és az eladó szakértelme. Kiemelt üzleteikben, ahol a mutatók

javitásáért intézkedéseket hoztak, már lassú növekedés tapasztalható a tavalyihoz képest.

Érdekes észrevételeket hozott *dr. Elek Lenke* divatszakújságíró ruházati bolti vásárlásai szubjektív élményeiből. Belépve egy üzletbe sokszor azt érzi, hogy nem akarnak neki eladni semmit. Hiányolja az eladók céghez való kötődését, a ruházati termékek anyagainak szakismeretét és a jó kommunikációt.

*Dr. Gervainé Ritter Csilla* a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság főtanácsosa felhívta a ruházati kereskedők figyelmét az árucikkek forgalmazási szabályaira.

*Kamarás Györgyi*, a Magyar Üzletasszonyok Egyesület elnök véleménye szerint a kereskedők nem akarnak láncokba szerveződni egy számítógépes nyilvántartással, mert a hazai adórendszer miatt nem kívánja mindenki nyilvántartani a készletét és forgalmát.

(Fotók: Rajna Tamás)

### Résztvevő cégek és iparművészek

3 Ász Kft., Alapítvány a Divattervező Képzésért Divatiskola, Andrea Kft., ÁP Stúdió Kft., Bado Kereskedelmi Kft., Bella Mode Bt., Belles Kft., Bokatex Zoknikötő Kft., Budapesti Divatiskola, Centrál-Tex Bt., Color Ruházati és Kereskedelmi Kft., Csillagdivat Kft., De-Design Bt., Emporium Kft., Firenze Kft., Helytex Kft., Homonatura Kft., Innwear-Tex Kft., K&C Konfekció Ruhaipari Bt., Kiwi Collection,

Leo-Poldi Bébi Bt., Naturtex Gyapjú- és Tollfeldolgozó Kft., Pelle D'oro Kft., Presto Lady Kft., Rösch Mode Kft., Szeged Bolero Kft., T&T Kft., Teljes Életért Nonprofit Közhasznú Kft., Termintex Kft., Texepil Kft., Textil 2000 Kft., Tiara-Tex Kft.

Nyíri Katalin iparművész, Szűcs Blanka iparművész, Vereczkei Szilvia iparművész